

## تأثیر باور به خودکارآمدی و نگرش کارآفرینی با قصد کارآفرینی دانشجویان کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه زابل

عبدالرحیم غیائی

مریی گروه ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه زابل

### چکیده

بنا بر ادبیات کارآفرینی، قصد کارآفرینی نقش تأثیرگذاری در رفتار کارآفرینی دارد. بدین جهت شناسایی عامل‌های مؤثر بر آن دارای اهمیت بسیاری است. در این راستا، هدف اصلی این پژوهش، بررسی رابطه‌ی باور به خودکارآمدی و قصد کارآفرینی دانشجویان با میانجیگری نگرش کارآفرینی آنان بود. این تحقیق از نظر هدف از نوع کاربردی و از نظر روش تحقیق، توصیفی-تحلیلی بوده و در سال تحصیلی ۱۳۹۲-۱۳۹۳ در دانشگاه زابل انجام گرفت. جامعه‌ی آماری این پژوهش همه‌ی دانشجویان مقطع کارشناسی رشته‌های کشاورزی و منابع طبیعی این دانشگاه بود ( $N=2000$ ). حجم نمونه، با استفاده از فرمول کوکران، ۱۴۵ نفر تعیین شد که نمونه‌ها به روش تصادفی ساده گزینش شدند. ابزار سنجش، پرسشنامه بود که روایی ظاهری آن توسط تنی چند از متخصصان ترویج و آموزش کشاورزی و اعضای هیات علمی دانشگاه تهران مورد بررسی و تایید قرار گرفت. پایایی ابزار اندازه‌گیری نیز با استفاده از آلفای ترتیبی و پایایی ترکیبی اندازه‌گیری شد ( $\alpha=0.702-0.906$  و  $CR=0.801-0.904$ ). داده‌های به دست آمده از ابزار اندازه‌گیری، با معادله‌های ساختاری و روش حداقل مربعات جزئی و با استفاده از نرم‌افزار آماری Smart PLS تجزیه و تحلیل شدند. نتیجه‌ی پژوهش نشان داد که باور به خودکارآمدی با قصد کارآفرینی دانشجویان دارای رابطه‌ی معنی‌دار مثبتی بوده و به طور مستقیم بر آن اثر می‌گذارد؛ همچنین نقش میانجیگری نگرش کارآفرینی در رابطه‌ی باور به خودکارآمدی و قصد کارآفرینی تأیید شد.

**نمایه واژگان:** نگرش کارآفرینی، قصد کارآفرینی، باور به خودکارآمدی، دانشجویان کشاورزی و منابع طبیعی

نویسنده‌ی مسئول: عبدالرحیم غیائی

رایانامه: [agheyassi@uoz.ac.ir](mailto:agheyassi@uoz.ac.ir)

دریافت: ۹۴/۱۱/۱۳ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۱/۲۷

## مقدمه

با افزایش روز افزون شمار دانش‌آموختگان بی‌کار رشته‌های کشاورزی و منابع طبیعی، توسعه کارآفرینی و پرورش دانشجویان کارآفرین بیش از پیش اهمیت پیدا کرده است. چراکه به باور بسیاری از محققان و صاحب‌نظران، کارآفرینی یکی از راه‌کارهای اصلی حل بحران بی‌کاری در کشور است (کشاورز، ۱۳۹۳). از این جهت نیز اکنون، از پرورش دانشجویان کارآفرین به عنوان یکی از مهم‌ترین رسالت‌های دانشگاه‌ها و مراکزهای آموزشی نام برده می‌شود (یداللهی فارسی، ۱۳۸۴؛ مردانشاهی و همکاران، ۱۳۹۳).

با توجه به این‌که انسان‌ها به صورت تصادفی به کارآفرینی نمی‌پردازند بلکه وجود قصد کارآفرینی در آنان باعث این انتخاب می‌شود (کروگر، ۲۰۰۷)، قصد کارآفرینی یکی از پیش‌زمینه‌های مهم بروز کارآفرینی شناخته می‌شود. بر این پایه، بررسی این متغیر دارای اهمیت بسیاری است، اما به سبب نزول شاخص قصد کارآفرینی در سال‌های اخیر (مرادی و همکاران، ۱۳۹۴ به نقل از زالی و همکاران، ۱۳۹۱) بر اهمیت بررسی و ارزیابی این متغیر افزوده شده است.

با توجه به این‌که از نظر علمی قصد کارآفرینی را می‌توان ارتقا داد، پرورش و ارتقای آن توسط مراکزهای آموزشی، موجب دستیابی این مرکزها به یکی از مهم‌ترین رسالت‌های خود یعنی پرورش دانشجویان کارآفرین خواهد شد (یداللهی فارسی، ۱۳۸۴؛ مردانشاهی و همکاران، ۱۳۹۳). از این رو، در حوزه کارآفرینی بررسی و ارزیابی این متغیر به سرعت در حال افزایش است (لینان و چن، ۲۰۰۹).

شایان یادآوری است، قصد کارآفرینی که به صورت باور درونی افراد برای آغاز کسب و کاری جدید و طرح‌ریزی آگاهانه برای تحقق این هدف در آینده تعریف می‌شود (تامپسون، ۲۰۰۹). به صورت آگاهانه، توجهات شخصی، تجربه‌ها و رفتارها را به سمت رفتار کارآفرینی جهت می‌دهد (بیرد، ۱۹۸۸). در این راستا نتایج بررسی‌های کاتونن و همکاران (۲۰۱۳) نیز مؤید نقش قصد کارآفرینی بر رفتار کارآفرینی افراد است. ادبیات کارآفرینی گویای آن است که قصد کارآفرینی از عامل‌های بسیاری تأثیر می‌پذیرد

(مرادی و همکاران، ۱۳۹۴؛ لی و ونگ، ۲۰۰۴؛ آراستی و همکاران، ۱۳۹۱، کریمی، ۱۳۹۴) که تاکنون در بررسی‌های محققانی مانند کشاورز (۱۳۹۳)، کریمی و همکاران (۱۳۹۱)، رحمانیان کوشکی و همکاران (۱۳۹۰)، مرادی و همکاران (۱۳۹۴)، نابی و هولدن (۲۰۰۸)، اوگان‌دیپ و همکاران (۲۰۱۲) و آداریانی و همکاران (۲۰۱۴) برخی از این عامل‌ها شناسایی شده‌اند.

در این راستا، هدف این پژوهش، بررسی رابطه‌ی باور به خودکارآمدی و قصد کارآفرینی دانشجویان با میانجیگری نگرش کارآفرینی آنان است. چرایی انتخاب متغیر باور به خودکارآمدی را نیز باید در اهمیتی که این متغیر در حوزه روانشناسی دارد جستجو کرد. به طوری که بر پایه‌ی الگوی کارآفرینی داویدسون (۱۹۹۵)، باور به خودکارآمدی یکی از دو پایه‌ی بنیادین شکل‌دهنده‌ی قصد کارآفرینی معرفی شده است (کشاورز، ۱۳۹۳). باور به خودکارآمدی که داوری فرد درباره ظرفیت خود برای به نمایش گذاشتن یک فعالیت مشخص است (لی و لی، ۲۰۱۴) بر احساس، تفکر و رفتار افراد مؤثر بوده (بندورا، ۱۹۹۷) و تعیین‌کننده‌ی فعالیت‌هایی است که فرد انتخاب می‌کند، تلاشی که انجام می‌دهد، درکی که از فعالیت‌ها دارد و همچنین میزان پافشاری و تلاشی است که در رویارویی با چالش‌های پیش‌رو از خود نشان می‌دهد (بندورا، ۱۹۹۷).

باور به خودکارآمدی، در حوزه کارآفرینی، یکی از ضرورت‌هایی است که برای داشتن انگیزه کارآفرینی و تلاش برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه لازم و حتمی است (محسنی و همکاران، ۱۳۹۲). به طور مثال برخی از افراد انجام فعالیت کارآفرینانه و جدید را دوست دارند، اما نمی‌توانند به آن اقدام کنند و البته دلیل این امر نبود توانایی، دانش و مهارت لازم در آن کار نیست بلکه به دلیل نداشتن باور به این توانایی و مهارت است (لوتانز و همکاران، ۲۰۰۰).

در زمینه‌ی ارتباط باور به خودکارآمدی و قصد کارآفرینی تاکنون بررسی‌های بسیاری در داخل و خارج از کشور انجام گرفته است. به طوری که نتایج بررسی‌های کشاورز (۱۳۹۳)، بارانی و همکاران (۱۳۸۹) و لینان و همکاران (۲۰۰۵) ارتباط این متغیرها را تایید کرده‌اند.

نکرده است.

علاوه بر بررسی‌های یاد شده، بررسی‌های شیری و همکاران (۲۰۱۵) و پاپ زن و همکاران (۲۰۱۲) در دانشگاه رازی، سلیمانی و زرافشانی (۱۳۹۰) در هنرستان کشاورزی روانسر، امیدی نجف آبادی و همکاران (۲۰۱۶) در دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران که در همه‌ی این بررسی‌ها، دانشجویان کشاورزی مورد بررسی قرار گرفته‌اند رابطه‌ی مستقیم متغیرهای باور به خودکارآمدی و نگرش کارآفرینی با قصد کارآفرینی تأیید شده است. در این راستا این محققان به جهت ارتباط مثبت این متغیرها با قصد کارآفرینی، به منظور ارتقا قصد کارآفرینی دانشجویان کشاورزی بیان داشته‌اند که می‌بایستی باور به خودکارآمدی دانشجویان با بهره‌گیری از روش‌هایی مانند آموزش‌های حل مسأله، آموزش در حد تسلط و توجه به دروس عملی و نگرش کارآفرینی آنان از طریق برنامه‌ریزی مدون نظام آموزش کشاورزی در جهت ارزشمند نشان دادن و نیازمندی جامعه به کارآفرینی در عرصه کشاورزی، به کارگیری محتوا و روش‌های آموزشی مناسب ارتقا یابد.

فاینی و همکاران (۲۰۱۲) نشان دادند که متغیر نگرش کارآفرینی می‌تواند در رابطه‌ی برخی از متغیرهای حوزه‌ی کارآفرینی از جمله مهارت‌های فردی و مهارت‌های کارآفرینی با قصد کارآفرینی را میانجی‌گری کند. آنان اشاره کرده‌اند که در بررسی‌های برخی از محققان و صاحب‌نظران نیز توان میانجی‌گری متغیر نگرش کارآفرینی تأیید شده است. در این راستا، بررسی کریمی (۱۳۹۵) نیز توان میانجی‌گری نگرش کارآفرینی در رابطه‌ی هوش هیجانی و قصد کارآفرینی دانشجویان کشاورزی را تأیید کرده است.

در این پژوهش افزون بر بررسی رابطه‌ی مستقیم متغیرهای باور به خودکارآمدی و قصد کارآفرینی، رابطه‌ی غیرمستقیم و با واسطه‌ی آن‌ها از طریق نگرش کارآفرینی بررسی می‌شود. در این پژوهش ترکیبی از دو الگوی مهم کارآفرینی یعنی مدل داویدسون که نشان‌دهنده‌ی نقش باور به خودکارآمدی در شکل‌گیری قصد کارآفرینی است و دیگری الگوی رفتار برنامه‌ریزی شده‌ی آجزن است استفاده شده که بیانگر نقش نگرش بر قصد رفتاری افراد

همچنین، رابطه‌ی این متغیرها در بین دانشجویان رشته‌های کشاورزی و منابع طبیعی در بررسی‌های چندی که در داخل کشور انجام گرفته تأیید شده است. از جمله، نتیجه‌ی بررسی بارانی و زرافشانی (۱۳۸۸)، ضمن آن که بیانگر رابطه‌ی باور به خودکارآمدی و قصد کارآفرینی است گویای آنست که باور به خودکارآمدی ۳۰ درصد از تغییرپذیری‌های قصد کارآفرینی را تبیین می‌کند. همچنین، بررسی زمانی علایی و امیدی نجف‌آبادی (۱۳۹۳)، نیز رابطه‌ی باور به خودکارآمدی و قصد کارآفرینی را در دانشجویان کشاورزی و منابع طبیعی تأیید کرده است. ولی، در بیش‌تر این بررسی‌ها، فقط رابطه‌ی مستقیم این متغیرها بررسی شده است.

از سویی دیگر از آن جا که خودکارآمدی اشاره به میزان خودکارآمد بودن فرد و باور به خودکارآمدی به باورهای افراد درباره میزان خودکارآمدی‌شان اشاره دارد. در این پژوهش متغیر باور به خودکارآمدی و نقش میانجی‌گری نگرش کارآفرینی نیز به سبب اهمیت شایان توجه آن در شکل‌گیری قصد کارآفرینی که از آن به عنوان یکی از پایه‌های بنیادین شکل‌گیری قصد کارآفرینی نام برده شده (دوریز و همکاران، ۱۹۸۸) بررسی شده‌اند. کریجر و کارزود (۱۹۹۳)، ضمن بررسی رابطه‌ی نگرش و قصد کارآفرینی بر این باورند که آغاز کسب و کار، فرایندی ارادی و آگاهانه است که از نگرش تأثیر می‌پذیرد. البته، در ادبیات کارآفرینی، نگرش به کارآفرینی به درجه‌ی ارزش‌گذاری مثبت یا منفی یک فرد به کارآفرین بودن اشاره دارد (لینان و چن، ۲۰۰۹).

موریانو و همکاران (۲۰۱۲)، بر پایه‌ی نظریه‌ی رفتار برنامه‌ریزی‌شده، پژوهشی میان فرهنگی در شش کشور مختلف از جمله ایران انجام دادند که نتیجه‌ی آن بیانگر رابطه‌ی مستقیم نگرش و قصد کارآفرینی است. در این راستا نتیجه‌ی بررسی ایکوولوا (۲۰۱۱) و فاینی و همکاران (۲۰۱۲)، نیز رابطه‌ی این متغیرها را تأیید می‌کند. کریمی (۱۳۹۵) نیز با بررسی رابطه‌ی این دو متغیر در دانشجویان کشاورزی دانشگاه‌های بوعلی سینا، رازی، کردستان و لرستان به نتایج مشابهی دست یافته است. اما نتایج بررسی رحمانیان کوشککی و همکاران (۱۳۹۱) رابطه‌ی این دو متغیر را در دانشجویان کشاورزی دانشگاه ایلام تأیید

برای گروه‌بندی بخش‌های مختلف ابزار اندازه‌گیری برحسب سطوح نامطلوب (کم)، به نسبت مطلوب (متوسط) و مطلوب (زیاد) از تفاوت انحراف معیار از میانگین ISDM به صورت زیر استفاده شد (گانگادهاراپا و همکاران، ۲۰۰۷):

$$A < \text{mean} - \frac{1}{2} sd \quad \text{- نامطلوب (کم)}$$

- به نسبت مطلوب (متوسط)

$$\text{mean} - \frac{1}{2} sd \leq B \leq \text{mean} + \frac{1}{2} sd$$

$$C > \text{mean} + \frac{1}{2} sd \quad \text{- مطلوب (زیاد)}$$

برای سنجش روایی ظاهری ابزار اندازه‌گیری، در آغاز پرسشنامه به فارسی و بار دیگر به انگلیسی برگردانده شد و با متن اصلی تطابق داده شد. سپس، نسخه نهایی را چند تن از خبرگان برخوردار از پیشینه‌ی مرتبط با موضوع تأیید کردند. برای ارزیابی برازش مدل اندازه‌گیری از معیارهای پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده شد و نتیجه‌ی به دست آمده‌ی میانگین واریانس استخراج شده (AVE)، روایی همگرای بخش‌های مختلف ابزار اندازه‌گیری را تأیید کرد چون بالاتر از ۰/۴ بود (داوری و رضا زاده، ۱۳۹۳ به نقل از مگنر و همکاران، ۱۹۹۶) (جدول ۱).

برای سنجش روایی واگرا نیز از روش فورنل و لارکر (۱۹۸۱) استفاده شد. نتایج به دست آمده در جدول ۱ مشاهده می‌شود. بنا بر نتایج جدول یاد شده مشخص می‌شود که ابزار تحقیق دارای روایی واگرای شایان پذیرشی است؛ زیرا که سازه‌های مدل پژوهش نسبت به سازه‌های دیگر همبستگی بیشتری با پرسش‌های خود دارند. پایایی ابزار اندازه‌گیری نیز از طریق آلفای ترتیبی و پایایی ترکیبی اندازه‌گیری شد و پس از حذف گویه‌های نامناسب (۲ گویه‌ی نگرش کارآفرینی و ۴ گویه‌ی باور به خودکارآمدی) تأیید شد (جدول ۱).

است که در حوزه‌ی کارآفرینی نیز این مدل در تحقیقات گوناگون مانند بررسی ون گلدن و همکاران (۲۰۰۸)، کشاورز (۱۳۹۳)، کروگر و همکاران (۲۰۰۰)، کروگر و کارسرود (۱۹۹۳)، کاتونن و همکاران (۲۰۱۵)، لورتی و کاستوگیوانی (۲۰۱۵) و مالبانا (۲۰۱۴) استفاده شده است. به بیانی دیگر، این پژوهش به دنبال پاسخ به این پرسش است که آیا متغیر باور به خودکارآمدی به صورت مستقیم بر قصد کارآفرینی دانشجویان مؤثر است یا اینکه با واسطه و از طریق نگرش به کارآفرینی نیز این متغیرها با هم در ارتباط اند؟

### روش‌شناسی

این تحقیق از نظر هدف؛ کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی-تحلیلی است و در سال تحصیلی ۱۳۹۲-۱۳۹۳ در دانشکده‌های کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه زابل انجام گرفته است. جامعه‌ی آماری این پژوهش همه‌ی دانشجویان مقطع کارشناسی رشته‌های کشاورزی و منابع طبیعی این دانشگاه بودند (N=۲۰۰۰). حجم نمونه، با استفاده از فرمول کوکران، ۱۳۰ نفر برآورد شد که برای دقت بیشتر به ۱۴۵ نفر افزایش یافت. روش محاسبه بدین شرح است:

$$n = \frac{N(t.S)^2}{Nd^2 + (t.S)^2} = \frac{2000 \times (1.96 \times 4.34)^2}{2000 \times 0.72^2 + (1.96 \times 4.34)^2}$$

در این تحقیق، برای نمونه‌گیری از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شد.

قصد و نگرش به کارآفرینی از طریق پرسشنامه‌ی لینان و چن (۲۰۰۹)، در قالب طیف لیکرت از بسیار مخالفم تا بسیار موافقم به ترتیب از ۲- تا ۲+ ارزیابی شد. باور به خودکارآمدی نیز با پرسشنامه‌ی شرر و همکاران (۱۹۸۲)، شامل ۱۷ گویه، اندازه‌گیری شد.

### جدول ۱- پایایی مدل، میانگین واریانس استخراج شده و ماتریس سنجش روایی واگرا

متغیرها	آلفای ترتیبی	ضریب پایایی ترکیبی (CR)	AVE	قصد کارآفرینی	باور به خودکارآمدی	نگرش کارآفرینی
قصد کارآفرینی	۰/۸۰۳	۰/۸۳۷	۰/۴۶۵	۰/۶۸۲		
باور به خودکارآمدی	۰/۹۰۶	۰/۹۰۴	۰/۴۲۳	۰/۴۴۳	۰/۶۵۰	
نگرش کارآفرینی	۰/۷۰۲	۰/۸۰۱	۰/۵۷۵	۰/۶۲۹	۰/۴۳۰	۰/۷۵۸

## یافته‌ها

یافته‌های تحقیق نشان دادند که ۵۶/۳ درصد از پاسخگویان را زنان و ۴۳/۸ درصد را مردان تشکیل می‌دهند. همچنین، ۷۹/۴ درصد پاسخگویان در یکی از گرایش‌های کشاورزی (زراعت، علوم دامی، گیاه‌پزشکی، صنایع غذایی، اقتصاد کشاورزی، اصلاح نباتات و بیوتکنولوژی، فضای سبز، باغبانی، ترویج و آموزش کشاورزی) و ۲۰/۶ درصد در یکی از گرایش‌های منابع طبیعی (شیلات، محیط زیست، صنایع چوب و کاغذ) مشغول به تحصیل می‌باشند. میانگین سنی پاسخگویان نیز ۲۱/۵۹ سال با انحراف معیار ۲/۲۶ است. میانگین و انحراف معیار سازه‌های تحقیق (قصد کارآفرینی، باور به خودکارآمدی و نگرش کارآفرینی) بر پایه‌ی مقیاس مورد بررسی (۲- تا ۲) در جدول ۲ مشاهده می‌شود. این سازه‌ها بر پایه‌ی معیار انحراف از میانگین (ISDM) به سه دسته تقسیم شدند (جدول ۲).

جدول ۲ بیانگر آن است که نمای حاصل در متغیرهای قصد کارآفرینی، باور به خودکارآمدی و نگرش کارآفرینی به ترتیب به نسبت مطلوب (متوسط)، مطلوب (زیاد) و نامطلوب (کم) می‌باشد.

بارهای عاملی ظاهر شده در مدل ترسیمی بالاتر از ۰/۵ می‌باشند که بیانگر پایداری مناسب مدل است (نگاره‌ی ۱). برای ارزیابی برازش ساختاری مدل نیز ضریب‌های معناداری (T- values) محاسبه و مشخص شد که همه‌ی ضریب‌های به دست آمده از ۱/۹۶ بیشتر هستند که حکایت از مطلوب بودن برازش مدل ساختاری دارد. مقادیر T- values، در بخش یافته‌های تحقیق (نگاره‌ی ۲) آمده است.

پس از بررسی برازش مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری، برازش کلی مدل تحقیق نیز توسط معیار (GOF) محاسبه شد. مقدار شاخص GOF محاسبه شده برای مدل، ۰/۳۸۸ به دست آمد که برابر دستورکار این شاخص (۰/۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶) به ترتیب نشان‌دهنده برازش کلی ضعیف، متوسط و قوی (وتزلز و همکاران، ۲۰۰۹) برازش کلی مدل قوی است.

برای تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش از ضریب همبستگی اسپیرمن، مدل معادله‌های ساختاری، روش حداقل مربعات جزئی و روش بوت استرپینگ استفاده شد که با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS<sub>win21</sub> و Smart Pls ویراست ۳،۲۰۴ تحلیل شدند.

جدول ۲- توزیع فراوانی پاسخگویان بر پایه‌ی قصد کارآفرینی، باور به خودکارآمدی و نگرش کارآفرینی

متغیر	میانگین	انحراف معیار	سطح	فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی انباشته	نما
قصد کارآفرینی	۰/۶۲	۰/۷۲	نامطلوب (کم)	۴۰	۲۷/۶	۲۷/۶	به نسبت مطلوب (متوسط)
			مطلوب (زیاد)	۵۹	۴۰/۷	۶۸/۳	
باور به خودکارآمدی	۰/۲۶	۰/۸۱	نامطلوب (کم)	۴۶	۳۱/۷	۱۰۰	مطلوب (زیاد)
			به نسبت مطلوب (متوسط)	۴۷	۳۲/۴	۳۲/۴	
نگرش کارآفرینی	۰/۷۷	۰/۷۹	نامطلوب (کم)	۵۱	۳۵/۲	۱۰۰	مطلوب (زیاد)
			به نسبت مطلوب (متوسط)	۵۶	۳۸/۶	۳۸/۶	
			مطلوب (زیاد)	۴۵	۳۱/۰	۶۹/۷	نامطلوب (کم)
				۴۴	۳۰/۳	۱۰۰	

جدول ۳- ماتریس همبستگی بین متغیرهای تحقیق

متغیر	قصد کارآفرینی	باور به خودکارآمدی
قصد کارآفرینی	۱	
باور به خودکارآمدی	۰/۳۸۹**	۱
نگرش کارآفرینی	۰/۵۹۴**	۰/۳۹۵**

\*\* معنی‌داری در سطح ۰/۰۱ درصد

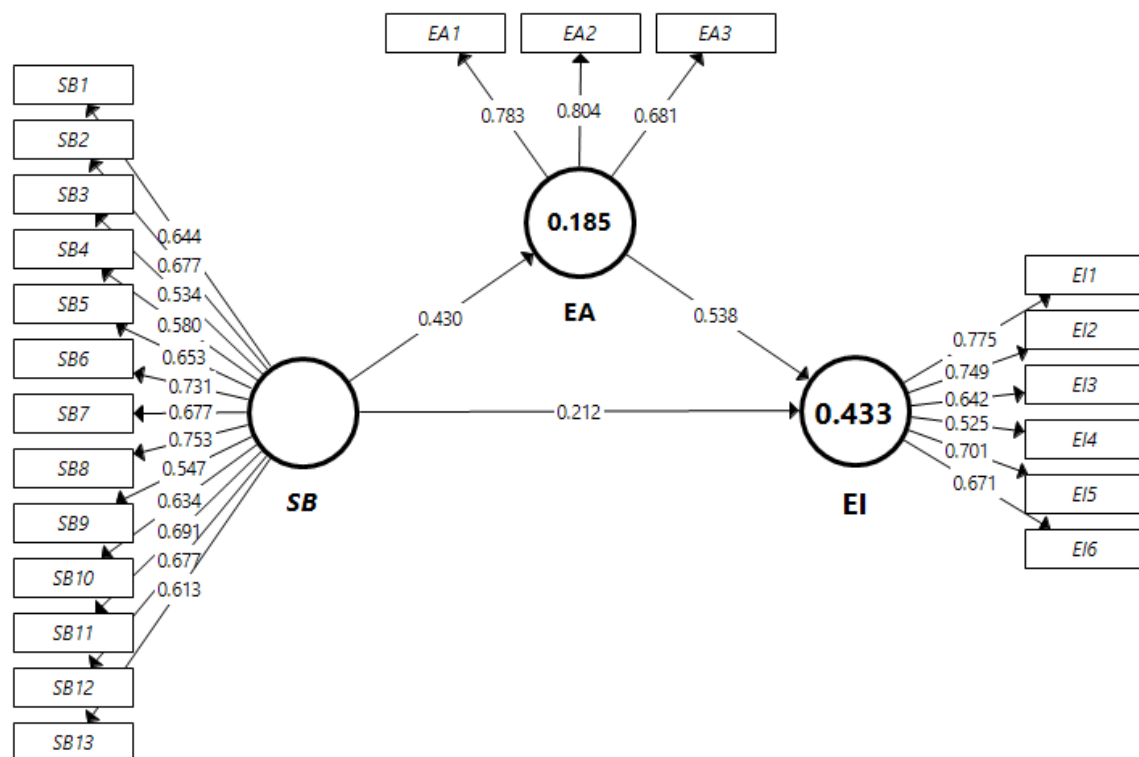
برای بررسی همبستگی متغیرهای پژوهش از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شد (جدول ۳). چنان که دیده می‌شود بین متغیرهای قصد کارآفرینی و باور به خودکارآمدی و قصد کارآفرینی و نگرش کارآفرینی در سطح ۹۹ درصد اطمینان رابطه‌ی مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

غیرمستقیم باور به خودکارآمدی بر قصد کارآفرینی پاسخگویان از طریق متغیر میانجی نگرش به کارآفرینی در سطح اطمینان ۹۵ درصد است (نگاره ۲). همان‌گونه که خروجی حاصل نیز نشان می‌دهد همه‌ی ضریب‌های  $t$  بالاتر از ۱/۹۶ است.

پس از بررسی معنادار بودن تأثیر مستقیم و غیرمستقیم، شدت این تأثیرگذاری‌ها نیز بررسی شد. خروجی مدل اجراشده در نگاره‌ی ۳ آمده است. ضریب‌های استاندارد شده مسیر میان متغیر باور به خودکارآمدی و قصد کارآفرینی (۰/۲۱۲) بیانگر این مطلب است که باور به خودکارآمدی به میزان ۲۱/۲ درصد از تغییرهای متغیر قصد کارآفرینی را به طور مستقیم تبیین می‌کند. از سویی دیگر دو ضریب ۰/۴۳۰ و ۰/۵۳۸ نیز نشان می‌دهند که متغیر باور به خودکارآمدی به طور غیرمستقیم و از طریق متغیر میانجی نگرش کارآفرینی، به میزان ۲۳ درصد (۰/۴۳۰ × ۰/۵۳۸) بر متغیر قصد کارآفرینی دانشجویان تأثیر دارد. بر این پایه، می‌توان گفت که تأثیر کل به میزان ۴۴/۲ درصد (۲۳ + ۲۱/۲) تبیین می‌شود.

رابطه‌ی علت و معلولی بین متغیرهای تحقیق (باور به خودکارآمدی و قصد کارآفرینی، باور به خودکارآمدی و نگرش کارآفرینی، نگرش کارآفرینی و قصد کارآفرینی) نیز در قالب مدل ساختاری و توسط نرم‌افزار Smart PLS ۳.۲.۰۴ سنجیده شد. در مدل اجرا شده در قسمت‌های مختلف این بررسی (نگاره‌های ۱، ۲ و ۳)، EI بیانگر قصد کارآفرینی و SB و EA به ترتیب بیانگر باور به خودکارآمدی و نگرش به کارآفرینی دانشجویان می‌باشند. همان‌گونه که در نگاره‌ی ۱ مشاهده می‌شود، رابطه‌ی بین سازه‌های اصلی پژوهش معنادار و مستقیم است؛ بنابراین، باور به خودکارآمدی بر قصد کارآفرینی دانشجویان مورد بررسی تأثیر مثبت و معنادار دارد. همچنین، نتیجه‌ی تحقیق بیانگر آن است که رابطه‌ی بین باور به خودکارآمدی و نگرش به کارآفرینی و رابطه‌ی نگرش به کارآفرینی با قصد کارآفرینی تایید می‌شود.

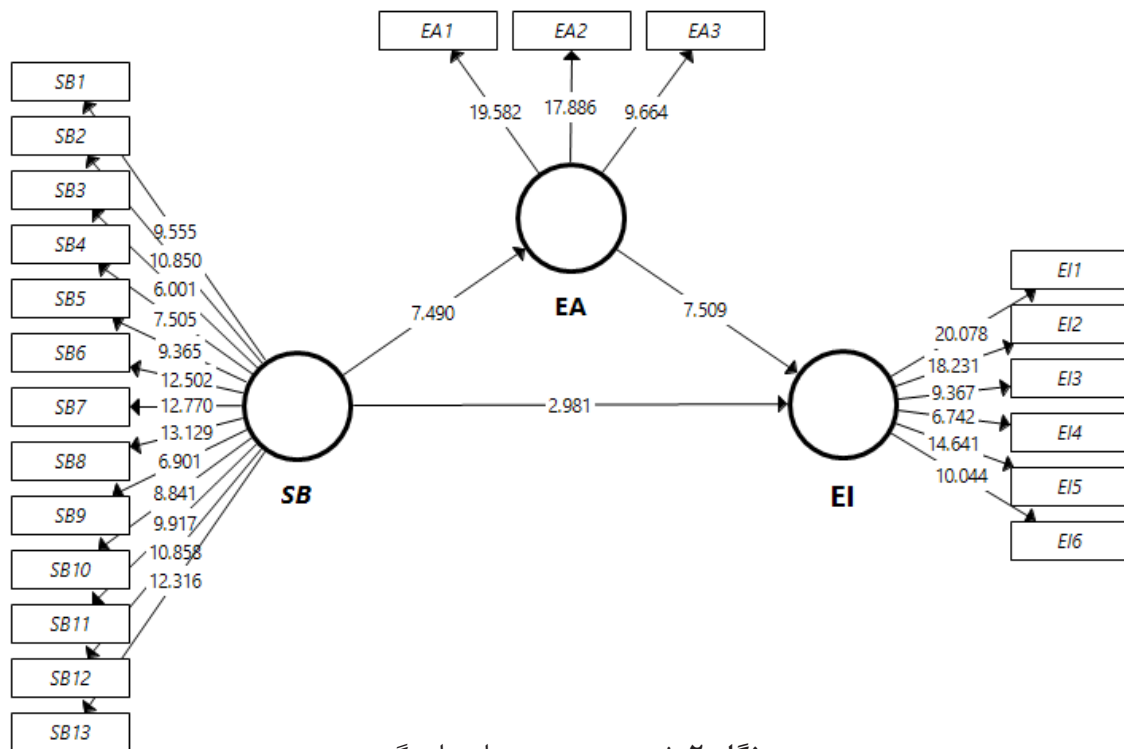
خروجی دستور بوت استراپینگ نیز ضمن تایید روابط یاد شده، گویای تأثیر مستقیم باور به خودکارآمدی دانشجویان بر قصد کارآفرینی آنان و همچنین تأثیر



نگاره ۱- ضریب‌های استاندارد مدل پژوهش

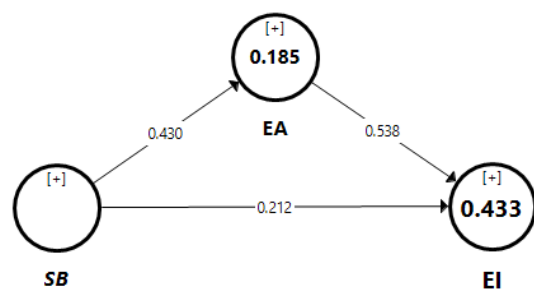
قصد کارآفرینی) توسط تنها یک یا دو سازه‌ی برون‌زا (در اینجا باور به خودکارآمدی و نگرش کارآفرینی) تحت تأثیر قرار گیرد مقدار بالاتر از ۰/۳۳، نشان‌دهنده‌ی قوت رابطه‌ی بین آن سازه‌ها و سازه‌ی درون‌زا است (داوری و رضازاده، ۱۳۹۳).

لازم به یادآوری است که بر پایه‌ی نگاره‌ی ۳، سازه‌ی قصد کارآفرینی دارای مقدار  $R^2$  برابر ۰/۴۳۳ است که نشانگر قوی بودن رابطه‌ی بین سازه‌های تحقیق با قصد کارآفرینی دانشجویان است؛ زیرا که بر پایه‌ی نظر هنسلر و همکاران (۲۰۰۹)، در صورتی که سازه‌ی درون‌زا (در اینجا



نگاره ۲- خروجی دست‌نویس استرایی‌بگ

زیادی است. بر این پایه، این تحقیق با هدف بررسی رابطه‌ی باور به خودکارآمدی و قصد کارآفرینی دانشجویان با میانجیگری نگرش کارآفرینی آنان انجام گرفت. نتایج تحقیق نشان دادند که باور به خودکارآمدی دانشجویان بر قصد کارآفرینی آنان به طور مستقیم تأثیر دارد. به گونه‌ای که دانشجویانی که باور به خودکارآمدی بالایی دارند از قصد کارآفرینی بالایی نیز برخوردارند. این نتیجه با الگوی ارائه شده داویدسون (۱۹۹۵)، که باور به خودکارآمدی را یکی از پایه‌های اصلی شکل‌دهنده قصد کارآفرینی بیان می‌دارد (کشاورز، ۱۳۹۳)، هم‌خوانی دارد. نتایج بررسی‌های سلیمانی و زرافشانی (۱۳۹۰)، کشاورز (۱۳۹۳)، زمانی‌علایی و امید نجف‌آبادی (۱۳۹۳) و بارانی و زرافشانی (۱۳۸۸) نیز مؤید رابطه‌ی این متغیرها است.



نگاره ۳- خروجی نرم‌افزار Smart pls برای بررسی شدت سازه‌های تحقیق

### بحث و نتیجه‌گیری

شناخت عوامل‌های مرتبط با قصد کارآفرینی به دلیل نقش اساسی آن در بروز رفتار کارآفرینی، دارای اهمیت

دانشجویان بر قصد کارآفرینی آنان مؤثر است. در توضیح این مطلب می‌توان گفت که اگر دانشجویی درباره‌ی کارآمد بودن خود در هنگام آغاز یک کسب و کار جدید باور مطلوبی داشته باشد این باور به خودکارآمدی مطلوب موجب به وجود آمدن احساس مطلوبی نسبت به کارآفرینی در وی می‌شود (بندورا، ۱۹۹۷)، که این احساس، نگرش وی را متأثر و مطلوب می‌سازد.

همچنین به نظر بسیاری از محققان، باورهای افراد شکل دهنده‌ی نگرش‌های آنان می‌باشند (گیبیلر و نلسون، ۲۰۰۳؛ مایو، ۲۰۰۴ به نقل از فیثبین و اجزن، ۱۹۷۵؛ فاینی، ۲۰۱۲؛ گارسیا دفروتوس و اورتگا آگا، ۲۰۱۵) که این مطلب نیز بر درستی این رابطه اشاره دارد. بر این پایه، می‌توان گفت که در صورت وجود شرایط مناسب پی آمد این امر می‌تواند به تصمیم فرد برای آغاز یک کسب و کار جدید یا همان قصد کارآفرینی کمک کند. چرا که نگرش‌های مثبت یا منفی فرد نسبت به کارآفرینی موجب ارزیابی و ارزشگذاری مثبت یا منفی از کارآفرینی خواهد شد (فاینی و همکاران، ۲۰۱۲). بدین گونه نتایج ارزیابی از کارآفرینی، قصد کارآفرینی دانشجویان را افزایش یا کاهش خواهد داد. البته، به جهت آن که بررسی تجربی در این زمینه یافت نشد، ضرورت دارد در تعمیم آن جانب احتیاط رعایت شود.

با توجه به این که نگرش‌های افراد مجموعه‌ای از باورهای آنان نیز است (فاینی و همکاران، ۲۰۱۲) از این رو به نظر می‌رسد اگر باورهای افراد از خودکارآمد بودن آنان ریشه گرفته باشند موجب نگرش مثبت آنان خواهند بود. خلاف این مورد نیز صادق است که اگر دانشجویی به کارآمد بودن خود در آغاز یک فعالیت کارآفرینی باور نداشته باشد این ضعف باور موجب بیزار شدن و ایجاد نگرش کارآفرینی منفی در وی شده و در نهایت پیامد چنین باوری تصمیم و قصد فرد برای انجام ندادن کارآفرینی خواهد بود.

با توجه به دست آوردهای این تحقیق و با توجه به این که باورها آموختنی هستند (فلیمن، ۲۰۰۳؛ وال، ۲۰۰۶؛ گئورگ، ۲۰۱۰؛ شت، ۲۰۱۱) و با آموزش بهنگام و درست می‌توان باورهای افراد از جمله باور به خودکارآمدی را در دانشجویان ارتقا بخشید، به نظر می‌رسد دانشگاه‌ها و مراکزهای آموزشی برای توسعه‌ی کارآفرینی و

یافته‌های تحقیق همچنین، بیانگر آنند که باور به خودکارآمدی دانشجویان بر نگرش به کارآفرینی و نگرش به کارآفرینی بر قصد کارآفرینی آنان مؤثر است. در این راستا، نتایج بررسی محسنی و همکاران (۱۳۹۲)، نیز مؤید یافته‌های تحقیق است. همچنین بر پایه‌ی ادبیات کارآفرینی رابطه‌ی بین نگرش کارآفرینی و قصد کارآفرینی در بررسی‌های گذشته تأیید شده است. به طور مثال، بر پایه‌ی الگوی رفتار برنامه‌ریزی شده، نگرش‌های افراد بر قصد رفتاری آنان مؤثر است. لذا، به نظر می‌رسد پرداختن به چرایی تأیید رابطه‌ی باور به خودکارآمدی و نگرش کارآفرینی ضروری تر است.

کریمی (۲۰۰۸)، بیان داشته که باورهای افراد منجر به شکل‌گیری نگرش می‌شود. با توجه به اینکه نگرش می‌تواند منفی یا مثبت باشد؛ لذا افزایش یا کاهش باور به خودکارآمدی موجب می‌شود که دانشجویان نگرشی مثبت یا منفی نسبت به کارآفرینی داشته باشند. با پذیرش رابطه‌ی باور به خودکارآمدی و نگرش کارآفرینی و رابطه‌ی نگرش کارآفرینی و قصد کارآفرینی، این فرضیه که متغیر نگرش به کارآفرینی می‌تواند در رابطه‌ی باور به خودکارآمدی و قصد کارآفرینی نقش میانجی را ایفا کند تأیید شد. این امر با توجه به آن چه بیان شد و بنا بر ادبیات کارآفرینی قابل توضیح است. بدین صورت که ارتقای باور به خودکارآمدی دانشجویان موجب می‌شود تا آنان نگرش مثبتی نسبت به کارآفرینی داشته باشند و در پی آن نگرش مثبت نیز قصد کارآفرینی افراد را بهبود می‌بخشد؛ اما به جهت آن که بررسی تجربی در این زمینه یافت نشد، بر این پایه، دریافت یک نتیجه‌ی کلی و تعمیم آن نیازمند بررسی میدانی بیشتری است. گرچه، نتیجه‌ی برخی از بررسی‌ها، مانند بررسی‌های فاینی و همکاران (۲۰۱۲) توان میانجیگری متغیر نگرش کارآفرینی را در رابطه‌ی برخی از متغیرهای حوزه‌ی کارآفرینی با قصد کارآفرینی تأیید می‌کنند.

در نهایت، شدت تأثیرگذاری متغیرهای مورد بررسی در دو مسیر مستقیم (باور به خودکارآمدی ← قصد کارآفرینی) و غیرمستقیم (باور به خودکارآمدی ← نگرش کارآفرینی ← قصد کارآفرینی) بیانگر آنست که باور به خودکارآمدی بیشتر به صورت غیرمستقیم و با بهبود نگرش به کارآفرینی



تقویت کنند. همچنین، به جهت آنکه باورهای افراد نگرش آنان را نسبت به کارآفرینی شکل می‌دهد و نگرش نیز تأثیر مستقیمی بر قصد کارآفرینی دانشجویان دارد. لذا، به نظر می‌رسد باور به خودکارآمدی بیش از آنچه تصور می‌رود در حوزه‌ی کارآفرینی دارای اهمیت است. پیشنهاد می‌شود به جهت انجام برنامه‌ریزی‌های لازم برای حفظ و ارتقای باور به خودکارآمدی دانشجویان میزان این متغیر با استفاده از ابزار اندازه‌گیری مناسب در بدو ورود دانشجویان به دانشگاه‌ها نیز سنجیده شود.

پیش شرط‌های آن، از جمله قصد کارآفرینی، باید باور به خودکارآمدی آنان را ارتقا بخشند.

بر این پایه باور به خودکارآمدی هم به طور مستقیم و هم به طور غیرمستقیم می‌تواند قصد کارآفرینی دانشجویان کشاورزی و منابع طبیعی را تحت تأثیر قرار دهد.

نیز، به نظر می‌رسد مدیران، مربیان و استادان آموزشی می‌باید در راستای ارتقای قصد کارآفرینی دانشجویان باور به خودکارآمدی آنان را با تاکید بر اموری مانند اهمیت دادن به درس‌های عملی و آموزش‌های در حد تسلط

### منبع‌ها

- آراستی، ز. حیدری، ه. و مبارکی، م (۱۳۹۳). ارزیابی اثربخشی روش آموزش کارآفرینی «سخنران میهمان» (مورد مطالعه: دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران)، فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال هفتم، شماره ۲۵، صص ۴۰۶-۳۸۹.
- بارانی، ش. و زرافشانی، ک. (۱۳۸۸). بررسی تأثیر نگرش نسبت به کارآفرینی، هنجارهای جامعه و باور به خودکارآمدی در پیش‌بینی نیت کارآفرینانه دانشجویان مدیریت و آبادانی روستاها در دانشگاه پیام نور کرمانشاه، فصلنامه تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، دوره ۲-۴۰، شماره ۳، صص ۹۹-۹۱.
- بارانی، ش. و زرافشانی، ک. دل انگیزان، س. حسینی لرگانی، س. (۱۳۸۹). تأثیر آموزش کارآفرینی بر رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه پیام نور کرمانشاه: رویکرد مدلسازی معادله ساختاری، فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، شماره ۵۷، صص ۱۰۵-۸۵.
- داوری، ع. و رضازاده، آ. (۱۳۹۳). مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS، تهران، سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی، چاپ دوم.
- رحمانیان کوشکی، م. چیدری، م. و هواسی، ع. (۱۳۹۱). بررسی عوامل اثرگذار بر قصد کارآفرینانه‌ی دانشجویان کشاورزی دانشگاه آزاد ایلام. فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال چهارم، شماره پانزدهم، صص ۱۴۴-۱۲۵.
- زمانی علایی، م. و امید نجف‌آبادی، م. (۱۳۹۳). عوامل مؤثر بر نیت کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، مجله پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی، شماره ۲۷، صص ۵۶-۴۳.
- سلیمانی، ع. و زرافشانی، ک. (۱۳۹۰). تبیین پیشگوکننده‌های نیت کارآفرینانه در بین هنرجویان هنرستان کشاورزی، فصلنامه‌ی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، سال دوم - شماره‌ی ۳، صص ۱۲۴-۱۰۷.
- کریمی، س. (۱۳۹۴). بررسی آثار مستقیم، غیرمستقیم و تعدیلی محیط نهادی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی، فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره ۸، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۴، صص ۳۹۰-۳۷۱.
- کریمی، س. (۱۳۹۵). بررسی نقش هوش هیجانی در توسعه قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی (مطالعه موردی: دانشگاه‌های بوعلی سینا، رازی، کردستان و لرستان)، مجله علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران، جلد ۱۲، شماره‌ی ۱، صص ۸۴-۷۱.
- کریمی، س. بیمنز، ه. چیدری، م. و مولدر، م. (۱۳۹۱). بررسی تأثیر عوامل محیطی و فرهنگی بر قصد کارآفرینانه‌ی دانشجویان کشاورزی، فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره ۵، شماره ۳، صص ۱۰۵-۱۲۴.
- کریمی، ی. (۱۳۸۱). روانشناسی اجتماعی، تهران، انتشارات دانشگاه پیام نور.
- کشاورز، م. (۱۳۹۳). بررسی قصد کارآفرینی دانشجویان پیام نور و سازه‌های اثرگذار بر آن. فصلنامه توسعه کارآفرینی،

دوره ۷، شماره ۳، صص ۵۴۸-۵۲۹.

محسنی، ع. موسوی، س. و جمالی، م. (۱۳۹۲). نقش آموزش کارآفرینی در نگرش کارآفرینانه و باور به خودکارآمدی عمومی دانشجویان، فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، شماره ۶۹، ۱۳۹۲، صص ۸۰-۶۳.

مرادی، م. زالی، م. و پرنیان، ر. (۱۳۹۴). تأثیر سرمایه اجتماعی بر قصد کارآفرینانه (مطالعه‌ی موردی: دانشجویان کارشناسی ارشد دانشکده مهندسی برق و کامپیوتر دانشگاه تهران)، فصلنامه توسعه کارآفرینی، دوره ۸، شماره ۱، صص ۱۹-۱.

مردانشاهی، م. تاجیک اسماعیلی، ع. و مبارکی، م. (۱۳۹۳). بررسی استعداد کارآفرینی در دانشجویان ورودی و خروجی دانشگاه‌های دولتی (مورد مطالعه: دانشگاه‌های دولتی مازندران)، فصلنامه‌ی توسعه کارآفرینی، دوره ۷، شماره ۴، صص ۷۷۱-۷۵۵.

یداله‌ی، ج. (۱۳۸۴). نقش جدید دانشگاه‌ها: توسعه قابلیت‌های کارآفرینی. مجموعه مقالات دومین همایش اشتغال و نظام آموزش عالی کشور، تهران، ۲۷ و ۲۸ اردیبهشت‌ماه ۱۳۸۴، صص ۹۲-۱۱۴.

Adaryani, R. L., Akbari, M. R., Adel, F. and Amiri, A. (2014) Examine the Effects of Students' Social Capital Components on Entrepreneurship Intention (Evidences From: University College of Agriculture and Natural Resources, University of Tehran). *International Journal of Agricultural Management and Development*, 4 (2), pp: 147-155.

Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: the exercise of control*. New York: W.H. Freeman.

Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of management Review*, 13(3), pp: 442-453.

De Vries, H., Dijkstra, M., and Kuhlman, P. (1988). Self-efficacy: the third factor besides attitude and subjective norm as a predictor of behavioral intentions. *Health education research*, 3(3), pp: 273-282.

Fini, R., Grimaldi, R., Marzocchi, G. L., & Sobrero, M. (2012). The determinants of corporate entrepreneurial intention within small and newly established firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(2), pp: 387-414.

Fleeman, W. (2003). *The Pathways to Peace Anger Management Workbook*: Hunter House.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 39-50.

Gangadharappa, V, Pramod, T. and Shiva, H. (2007) Gastric floating drug delivery systems: A review. *Indian J Pharm Ed Res*; 41(4), pp: 295-305.

García-de-Frutos, N., & Ortega-Egea, J. M. (2015). An Integrative Model of Consumers' Reluctance to Buy Foreign Products Do Social and Environmental Country Images Play a Role?. *Journal of Macromarketing*, 35(2), pp: 167-186.

George, M. (2010). *7 Myths about love actually: the journey*: John Hunt Publishing.

Gibler, K., & Nelson, S. (2003). Consumer behavior applications to real estate education. *Journal of Real Estate Practice and Education*, 6(1), pp: 63-83.

Iakovleva, T., Kolvereid, L., & Stephan, U. (2011). Entrepreneurial intentions in developing and developed countries. *Education+ Training*, 53(5), pp: 353-370.

Kautonen, T., van Gelderen, M. and Fink, M. (2015). Robustness of the Theory of Planned Behavior in Predicting Entrepreneurial Intentions and Actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39 (3),

pp: 655-674.

Kautonen, T., Van Gelderen, M., and Tornikoski, E. T. (2013). Predicting entrepreneurial behaviour: a test of the theory of planned behaviour. *Applied Economics*, 45(6), pp: 697-707.

Krueger, N. F. (2007). What Lies Beneath? The Experiential Essence of Entrepreneurial Thinking. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(1), pp: 123-138.

Krueger, N. F., & Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(4), pp: 315-330.

Lee, S. H., and Wong, P. K. (2004). An exploratory study of technopreneurial intentions: A career anchor perspective. *Journal of Business Venturing*, 19(1), pp: 7-28.

Lee, Y., and Lee, J. (2014). Enhancing pre-service teachers' self-efficacy beliefs for technology integration through lesson planning practice. *Computers & Education*, 73(0), pp: 121-128.

Liñán, F., and Chen, Y. W. (2009). Development and Cross-Cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), pp: 593-617.

Lortie, J., & Castogiovanni, G. (2015). The theory of planned behavior in entrepreneurship research: what we know and future directions. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), pp: 935-957.

Luthans, F., Stajkovic, A. D., and Ibrayeva, E. (2000). Environmental and psychological challenges facing entrepreneurial development in transitional economies. *Journal of World Business*, 35(1), pp: 95-110.

Malebana, J. (2014). Entrepreneurial intentions of South African rural university students: A test of the theory of planned behaviour. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 6(2), pp: 130-143.

Mau, S. (2004). *The moral economy of welfare states: Britain and Germany compared*. Routledge.

Moriano, J. A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U., & Zarafshani, K. (2012). A cross-cultural approach to understanding entrepreneurial intention. *Journal of career development*, 39(2), pp: 162-185.

Nabi, G., and Holden, R. (2008). Graduate entrepreneurship: intentions, education and training. *Education+ training*, 50(7), pp: 545-551.

Ogundipe, S. E., Kosile, B. A., and Ogundipe, L. O. (2012). Entrepreneurial intention among business and counseling students in Lagos State University sandwich programme. *Journal of Education and Practice*, 3(14), pp: 64-72.

Omidi Najafabadi, M., Zamani, M., & Mirdamadi, M. (2016). Designing a model for entrepreneurial intentions of agricultural students. *Journal of Education for Business*, 91(6), 338-346.

Papzan, A., Arkavazi, K. & Akhavan Kazemi, M. (2012). Assessment of entrepreneurship intention among agricultural students of Razi University. *International Journal of Research in Commerce, Economics & Management*, 2(6), PP: 5-8.

Sherer, M., Maddux, J. E., Mercandante, B., Prentice-Dunn, S., Jacobs, B., and Rogers, R. W. (1982). The self-efficacy scale: Construction and validation. *Psychological reports*, 51(2), pp: 663-671.

Sheth, J. (2011). *Models of Buyer Behavior*, Chapter 13: A Field Study of Attitude Structure and the Attitude-Behavior Relationship: Marketing Classics Press.

Shiri, N., Rostami, F., & Pirmoradi, A. H. (2015). Testing the Entrepreneurial Intention Model

among Agricultural Students at Razi University. *International Journal of Life Sciences*, 9(1), 1-5.

Thompson, E. R. (2009). Individual entrepreneurial intent: Construct clarification and development of an internationally reliable metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), pp: 669-694.

Vinzi, V. E., Trinchera, L., & Amato, S. (2010). PLS path modeling: from foundations to recent developments and open issues for model assessment and improvement (pp. 47-82). Springer Berlin Heidelberg.

Wal, S. (2006). *Education & Child Development*: Sarup Book Publishers Pvt. Limited.

Wetzels, M., Odekerken-Schröder, G., and Van Oppen, C. (2009). Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical illustration. *MIS quarterly*, pp: 177-195.

## **The Effect of Self- efficacy Belief on Entrepreneurial Intention with Mediating Entrepreneurial Attitude of Agricultural and Natural Resource Students, University of Zabol, Iran**

**Abdolrahim gheyassi**

Lecturer, Agricultural Extension Education Department, University of Zabol, Iran

### **Abstract**

The entrepreneurship literature shows that entrepreneurial intention has important effect on entrepreneurship behavior. Therefore, it is important to identify factors influencing entrepreneurial intention. The main purpose of this study was to investigate the relationship between self-efficacy belief and entrepreneurial intention with mediating role of entrepreneurial attitude. This study, in terms of purpose, is considered as an applied research and in terms of data collection is field study. The statistical population consisted of 2000 agricultural and natural resources students in 2013-2014 academic year, among which, 145 students were randomly selected based on Cochran's formula. Data collection tool was questionnaire, that's face validity was confirmed by a panel of agricultural extension and education experts, and its reliability was confirmed through calculating ordinal alpha and composite reliability coefficients ( $\alpha = 0.702 - 0.906$  and  $C = 0.801 - 0.904$ ). The results showed that there is a positive relationship between self-efficacy belief and entrepreneurial intention. Also, the mediating role of entrepreneurial attitude in the relationship between self efficacy belief and entrepreneurial intention was confirmed.

**Index Terms:** Entrepreneurial attitude, entrepreneurial intention, self-efficacy beliefs, agricultural and Natural Resource students

**Corresponding Author:** Abdolrahim gheyassi

**Email:** agheyassi@uoz.ac.ir

**Received:** 02/02/2016 ; **Accepted:** 15/02/2017